

ÉTUDE

Web 2.0, organisations et archivistique

Christine Dufour

Le Web se caractérise de bien des façons, un de ses traits dominants étant son caractère hautement évolutif. Bien que relativement jeune, il en est déjà à sa deuxième génération – on parle du Web 2.0 – et certains entrevoient déjà le Web 3.0. Cette évolution n'est pas uniquement technologique mais aussi culturelle, modifiant le rapport des internautes à cet univers numérique et à l'information qui s'y trouve. Les technologies phares du Web 2.0 – blogues, fils RSS, sites Wikis, etc. – offrent aux utilisateurs du Web la possibilité de passer d'un rôle passif d'observateurs à un rôle actif de créateurs. Le Web que l'on côtoie actuellement en est ainsi un plus participatif, dynamique et collaboratif. Les organisations doivent ainsi sérieusement considérer non seulement le potentiel de ces nouveaux environnements pour les aider dans le cadre de leurs activités, mais aussi la nouvelle cyberculture qu'ils engendrent chez leurs employés, clients et partenaires. Les plateformes du Web 2.0 viennent renforcer le potentiel déjà perçu par les organisations des systèmes d'information Web (SIW) à plusieurs niveaux : comme le partage d'information, l'augmentation de la compétitivité ou l'amélioration des relations avec leurs clients. Les milieux documentaires peuvent, au même titre que d'autres types d'organisations, tirer profit des outils de ce Web participatif et de la nouvelle culture collaborative qui en découle. Depuis quelque temps déjà, les bibliothèques se penchent activement sur ces questions et la communauté archivistique emboîte le pas... «vers une Archivistique 2.0?» se demanderont certains.

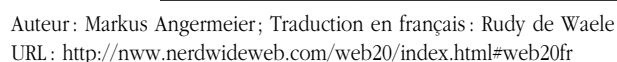
Cet article se propose d'examiner le potentiel du Web 2.0 pour les organisations en général ainsi que plus particulièrement pour la communauté archivistique. Nous nous attarderons dans un premier temps à définir ce qu'est le Web 2.0 et à détailler ses technologies et concepts clés. Ces précisions aideront à mieux comprendre par la suite l'apport possible du Web 2.0 en contexte organisationnel. Finalement, des exemples d'utilisation du Web 2.0 par la communauté archivistique viendront conclure cette réflexion sur le Web 2.0, les organisations et l'archivistique.

VOUS AVEZ DIT «WEB 2.0»?

La première utilisation du terme «Web 2.0» remonte à 2004. Tim O'Reilly et Dale Dougherty, tous deux employés de la compagnie O'Reilly Media, cherchaient une appellation pour désigner l'évolution qu'ils jugeaient importante du Web originel vers un Web plus participatif et collaboratif. Ils ont ainsi repris les habitudes de versionnage

Web 2.0 is the network as platform, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of that platform: delivering software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an “architecture of participation,” and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences. (O’Reilly 2005)

Le lecteur même occasionnel de la littérature sur le Web 2.0 aura remarqué un certain nombre de termes qui gravitent autour de ce concept (Figure 1).



4 Archives, VOLUME 40, NUMÉRO 2, 2008-2009

Dans un monde où ces plateformes prennent une part de plus en plus grande, il est primordial d'en connaître les caractéristiques, tant du point de vue de leur utilisation que de leur implantation, pour être en mesure de mieux en évaluer le potentiel. Nous examinerons ainsi les technologies et concepts phares du Web 2.0 – syndication de contenu et fils RSS, blogues et micro-blogues, sites Wikis, sites de réseautage social, plateformes de partage de ressources et folksonomies – pour ensuite nous pencher sur les opportunités que cela représente pour les organisations en général et pour la communauté archivistique en particulier.

Syndication de contenu et fils RSS

La syndication de contenu par le biais de formats structurés comme les fils RSS ou Atom est une des technologies caractéristiques du Web 2.0. Elle vient faciliter le partage dynamique de contenu entre un éditeur (un site Web) et un lecteur (l'internaute) en permettant aux auteurs et éditeurs d'un site Web de rendre disponibles à la communauté certains contenus qui peuvent être réutilisés pour intégration dans un autre site (Figure 2).



Figure 2. Circulation d'information par le biais de fils RSS

Dans sa dernière mouture (RSS 2.0), l'acronyme RSS signifie *Really Simple Syndication*, qui rend bien l'idée d'une utilisation et intégration facile des fils RSS. De plus en plus d'organisations, de services, voire d'individus, implantent des fils RSS pour partager des informations avec leurs clients, leurs partenaires, leurs communautés de pratique. Le fils RSS offre une alternative intéressante – et simple d'utilisation – aux listes de distribution avec l'avantage d'éviter d'une part aux lecteurs de disséminer leur adresse de courriel pour s'abonner à des listes, et d'autre part, à l'auteur du fil de gérer des listes de courriels.

Du côté du créateur, un fil RSS prend la forme d'un document structuré qui contient les différentes rubriques publiées sur le fil (Figure 3). Le fil RSS est mis à jour au fur et à mesure de la publication d'une nouvelle rubrique et déposé sur un serveur Web.

```

<?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
<rss version="2.0">
  <channel>
    <title>Titre du fil RSS</title>
    <link>URL de la page d'accueil du site</link>
    <description>Description du site Web</description>
    <item>
      <title>Titre d'une première rubrique</title>
      <link>URL en lien avec l'item 1</link>
      <description>Description de l'item 1</description>
      <author>Auteur de l'item 1</author>
      <category>Catégorie de l'item 1</category>
      <pubDate>Date de publication de l'item 1</pubDate>
    </item>
    <item>
      <title>Titre d'une deuxième rubrique</title>
      <link>URL en lien avec l'item 2</link>
      <description>Description de l'item 2</description>
      <author>Auteur de l'item 2</author>
      <category>Catégorie de l'item 2</category>
      <pubDate>Date de publication de l'item 2</pubDate>
    </item>
  </channel>
</rss>

```

Métadonnées
sur le fil RSS

Rubriques

Figure 3. Exemple du code source d'un fil RSS composé de deux rubriques

Ce document peut être généré et modifié manuellement avec un éditeur de texte, HTML ou XML, ou de manière assistée avec des outils qui cachent aux auteurs le code XML¹. Il est aussi possible dans certains contextes de générer automatiquement le contenu d'un fil RSS, soit par programmation, soit à l'aide des fonctionnalités des systèmes de gestion de contenu utilisés. C'est le cas, entre autres, des fils RSS associés à des blogues.

L'utilisation des fils RSS est simple. Il suffit pour l'internaute d'identifier des fils RSS d'intérêt – que ce soit au gré de sa navigation en repérant une des icônes caractéristiques d'un fil RSS ou à l'aide d'outils de recherche spécialisés² – de s'y abonner, et de les consulter. L'abonnement et la consultation peuvent se faire de différentes manières par le biais : (1) d'un logiciel de courriel ou d'un navigateur Web, les versions récentes de la plupart de ces derniers permettent la lecture des fils RSS de manière transparente, ou (2) de logiciels dédiés (agrégateurs) installés sur l'ordinateur ou sur un serveur Web distant³. Les agrégateurs installés sur le poste offrent souvent des fonctionnalités plus avancées que les solutions hébergées sur des serveurs Web. Toutefois, ces dernières ont l'avantage de rendre accessibles les abonnements peu importe le point d'accès et sont donc appréciées des internautes «nomades». L'important pour l'internaute est d'identifier la modalité de consultation des fils RSS qui s'intègre le mieux à ses habitudes.

Blogues

Le blogue est un autre genre propre au Web 2.0. Il présente un environnement de diffusion et d'échange qui s'organise autour des billets d'un ou de divers auteurs.

Il s'inspire du journal personnel en présentant, en ordre antichronologique, les billets écrits par un ou des internautes pour partager des idées et réflexions sur différents sujets et que peuvent commenter les lecteurs (Figure 4). Un élément intéressant sur un blogue est sa blogoliste (*blogroll*), cette liste de blogues «favoris» incluse par l'auteur du blogue. Un peu comme la liste des références à la fin d'un article nous permet de faire des découvertes, les blogolistes permettent d'identifier des communautés d'intérêt dans la blogosphère.

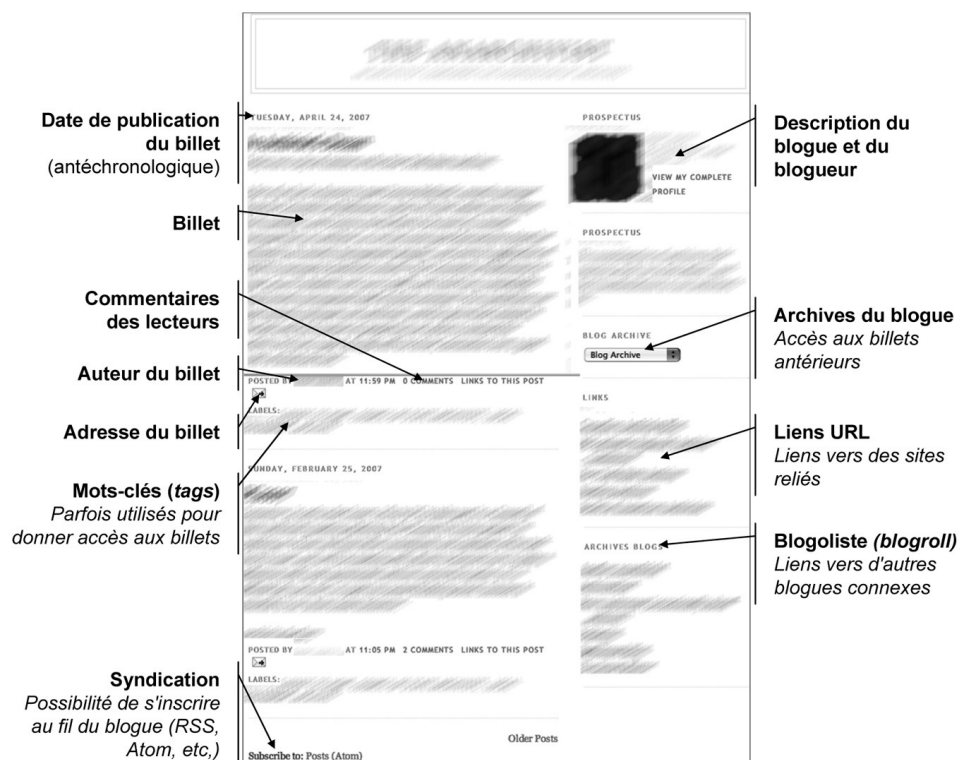


Figure 4. Architecture d'un blogue

La popularité des blogues va croissante : plusieurs millions de blogues peuplent la blogosphère auxquels s'ajoutent, sur une base quotidienne, des milliers de nouveaux «habitants»⁴. On observe entre autres une appropriation de ce mode de communication bidirectionnelle par certaines communautés telles les journalistes professionnels mais aussi amateurs, avec l'avènement du phénomène du «journalisme citoyen».

Les plateformes pour créer des blogues sont nombreuses et, fidèles à la philosophie du Web 2.0, offrent habituellement des environnements conviviaux afin de permettre au plus grand nombre d'en créer. Le blogueur a accès à plusieurs types de plateformes de blogues. Certaines peuvent s'installer en local, sur un serveur Web⁵. D'autres prennent la forme de services en ligne qui s'occupent de l'hébergement du blogue⁶. La première formule a pour avantage d'avoir le plein contrôle sur le blogue et souvent de profiter de fonctionnalités plus poussées. Toutefois, cela implique non seulement d'avoir son propre serveur Web, mais aussi de procéder à l'installation et à la mise à jour de la plateforme de blogue. La deuxième formule est intéressante du

fait qu'elle ne nécessite pas d'installation ni de mise à jour, mais les blogueurs, par contre, dépendent de la stabilité et de la fiabilité du service utilisé.

Le défi d'un blogue pour son créateur n'est pas tant au niveau des technologies impliquées, qui somme toute sont assez conviviales, que sur le plan du contenu à développer pour le nourrir. Par définition, le blogue se veut une tribune active, présentant un contenu riche et mis à jour sur une base régulière. Il demande non seulement d'avoir du contenu à diffuser mais aussi d'y consacrer le temps nécessaire, temps parfois sous-estimé par les blogueurs. En effet, la gestion d'un bon blogue est réputée chronophage. Interrogés sur cette question, 74 blogueurs de haut niveau ont dit intervenir sur leur blogue quotidiennement, intervention qui pour la majorité demandait moins d'une heure par jour mais qui, pour certains, prenait de 1 à 3 heures par jour, voire même parfois de 4 à 7 heures par jour. (Barnes 2006)

Avant d'utiliser des blogues, encore faut-il réussir à en trouver qui nous intéresse. Au-delà des suggestions faites par des amis et collègues ainsi que des découvertes au fil de la navigation, différents outils de recherche spécialisés peuvent aider dans cette démarche d'identification⁷. Une autre piste à suivre est celle des blogolistes incluses dans les blogues.

La consultation des blogues se fait soit à la pièce, directement en accédant aux sites des blogues identifiés, soit indirectement par un abonnement à leurs fils de syndication, lorsqu'ils en incluent (ce que la majorité fait). Il est aussi possible de se définir un compte dans un outil comme Technorati ou Bloglines⁸ pour regrouper ses blogues favoris. L'internaute peut aussi sortir du rôle de simple observateur et endosser un rôle plus actif dans son utilisation des blogues par l'ajout de commentaires aux billets publiés.

Phénomène des micro-blogues

Plus récemment, le phénomène des micro-blogues a gagné rapidement en popularité avec des plateformes telles que Twitter⁹, Jaiku¹⁰ et Yammer¹¹. Ces services permettent la publication de nouvelles courtes (maximum 140 caractères) qui peuvent être suivies par les gens qui s'abonnent à ces «fils de nouvelles» (Figure 5). Ce qui distingue le micro-blogue du fil RSS est la possibilité pour les abonnés de réagir à une nouvelle, en privé ou publiquement. Les micro-blogues sont utilisés à bien des sauces, que ce soit pour suivre des amis, des collègues et même des célébrités et des personnalités du monde de la politique. Lors des dernières campagnes électorales nord-américaines, plusieurs politiciens en ont fait usage.

L'identification des micro-blogues peut se faire à l'aide de certains outils spécialisés dans une plateforme¹² ou d'autres couvrant plus d'une plateforme¹³. La consultation et la participation peuvent se faire à même la plateforme de micro-blogues par le compte usager ou à l'aide d'utilitaires intégrés dans une autre application (par exemple dans un navigateur Web ou un profil Facebook).

Sites Wikis

Le mot «Wiki» vient du terme hawaïen *wikiwiki* qui signifie «vite». Sa première utilisation remonte au milieu des années 1990 pour désigner une base de données

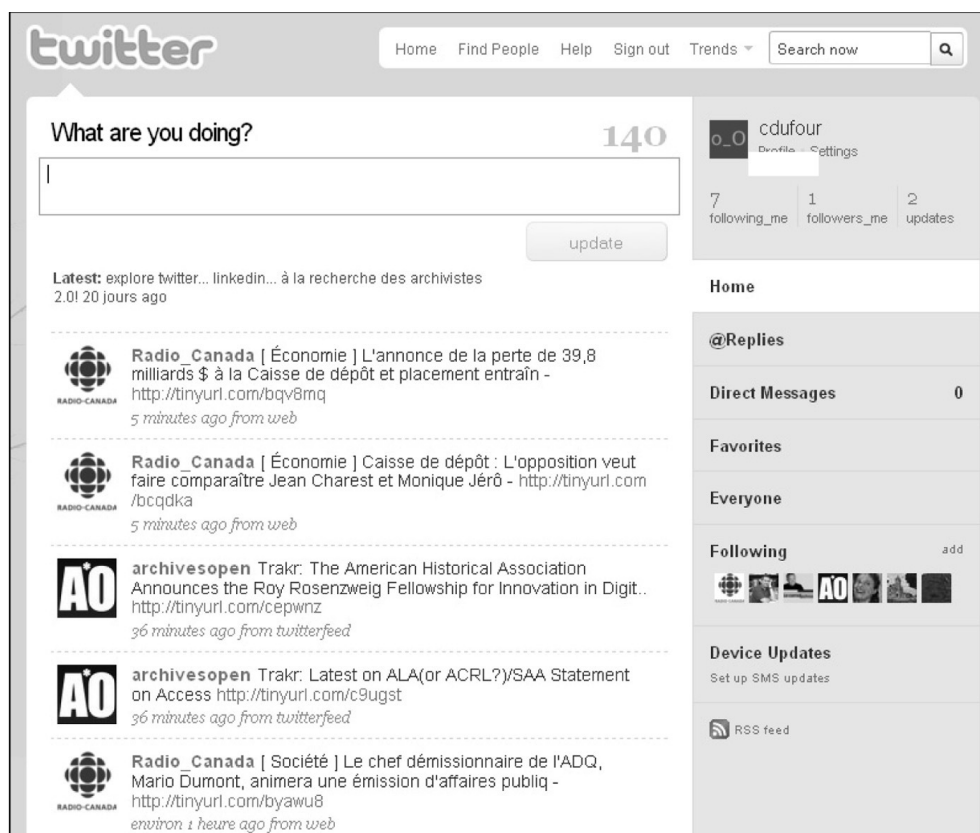


Figure 5. Exemple de la plateforme de micro-blogs Twitter
(<http://twitter.com>)

collaborative, le WikiWikiWeb¹⁴, développée afin de favoriser l'échange d'idées au sein de la communauté des programmeurs. Cette idée d'une plateforme conviviale qui facilite le processus de rédaction collaborative a été reprise par la suite dans différents contextes comme, par exemple, pour la rédaction de manuels d'utilisation, d'encyclopédies et de bases de connaissances en ligne, pour le suivi de projets collaboratifs, etc. Les auteurs qui participent à la rédaction d'un document sur un site Wiki ont accès à différents outils pour modifier ses pages à volonté tout en gardant des traces des différentes versions du document. Chaque page d'un site Wiki possède un espace de discussion où les auteurs peuvent échanger sur les contenus (Figure 6).

L'exemple le plus connu de site Wiki est Wikipédia, cette encyclopédie multilingue collaborative en ligne¹⁵. Des discussions multiples existent quant à ce modèle ouvert d'encyclopédie où tous peuvent intervenir. Certains y voient la fin du modèle d'encyclopédie traditionnelle tandis que d'autres décrient l'absence de contrôle éditorial. Il est intéressant d'observer, en réaction à ces deux points de vue opposés, l'évolution de ces modèles vers un certain équilibre entre ouverture et contrôle. Par exemple, d'un côté, l'encyclopédie Britannica adopte un modèle plus ouvert où certains internautes pourront contribuer à la rédaction pour la version en ligne. (Leduc 2009) De l'autre, Wikipédia envisage de durcir ses règles de publication. (Agence France-Presse (Washington) 2009)

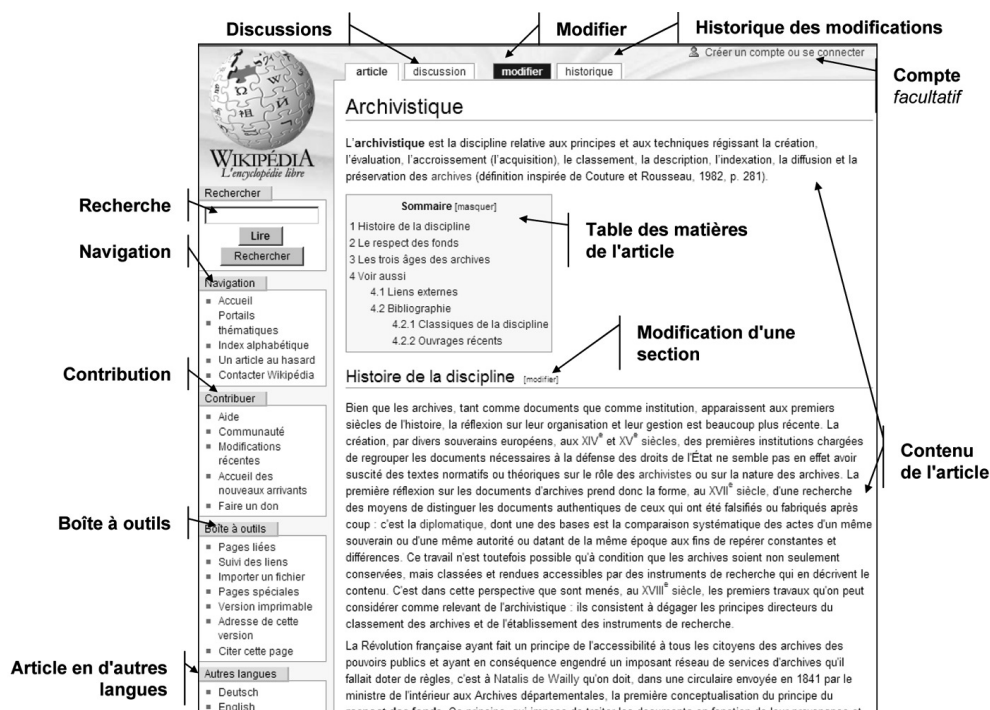


Figure 6. Exemple de la structure de l'article sur l'archivistique dans Wikipédia (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Archivistique>)

D'un point de vue technique, comme pour les blogues, il existe des solutions clés en main que l'on peut assez aisément installer sur un serveur au sein de l'organisation¹⁶, ainsi que des services en ligne qui offrent l'hébergement sur un serveur de sites Wikis¹⁷. Les avantages et désavantages des deux types d'installation – en local ou à distance – sont les mêmes que ceux présentés pour les plateformes de blogues c'est-à-dire un gain ou une perte en termes des fonctionnalités des outils utilisés et des ressources nécessaires pour l'installation et le maintien d'un site Wiki.

Ici aussi les difficultés reliées à l'utilisation d'un site Wiki ne se situent pas au niveau des technologies, mais relèvent plutôt de l'aspect humain. Que ce soit dans le contexte ouvert du Web ou dans un environnement organisationnel fermé (intranet), la rédaction collaborative n'est pas nécessairement facile pour tous. Le succès d'un site Wiki tient donc en partie à sa capacité de motiver les différents intervenants pour les inciter à participer à la rédaction.

L'identification de sites Wikis peut se faire par la consultation de répertoires qui regroupent les sites développés avec certaines plateformes¹⁸ ou à l'aide de moteurs de recherche spécialisés¹⁹. L'utilisation des sites Wikis peut se faire en lecture, par navigation à travers ses différentes pages ou par recherche par mots-clés dans ces mêmes pages, ainsi qu'en écriture lorsque les droits de modification des pages le permettent. Certains sites Wikis laissent à tous les internautes la possibilité d'effectuer des modifications, tandis que d'autres limitent les accès à certaines personnes ou groupes. Selon la plateforme logicielle utilisée, l'édition peut être supportée par un éditeur de

texte qui facilite le processus sinon il devient nécessaire de connaître la syntaxe propre à l'édition de sites Wikis²⁰.

Sites de réseautage social : Facebook, LinkedIn, Second Life

La popularité des environnements de réseautage social tel Facebook est révélatrice de l'importance de ce phénomène propre au Web 2.0²¹. Ces sites offrent à leurs utilisateurs la possibilité de développer des réseaux tant personnels²² que professionnels²³. Les usagers s'y définissent des profils, peuvent parfois y conserver différents types de contenu (photos, vidéos, applications, etc.) et ont la possibilité d'entrer en contact avec d'autres usagers pour construire leur réseau (Figure 7). Ces sites représentent des outils assez puissants pour identifier des gens qui ont des profils similaires, tant sur une base personnelle que professionnelle, qu'il ne serait peut-être pas facile de trouver par d'autres voies. L'utilisateur d'un site de réseautage social doit toutefois être conscient qu'il se révèle par le biais de son profil. Il y a donc lieu d'être prudent quant aux informations fournies, ces sites étant parfois utilisés, par exemple, pour faire du recrutement. (Agence France-Presse (Paris) 2009)

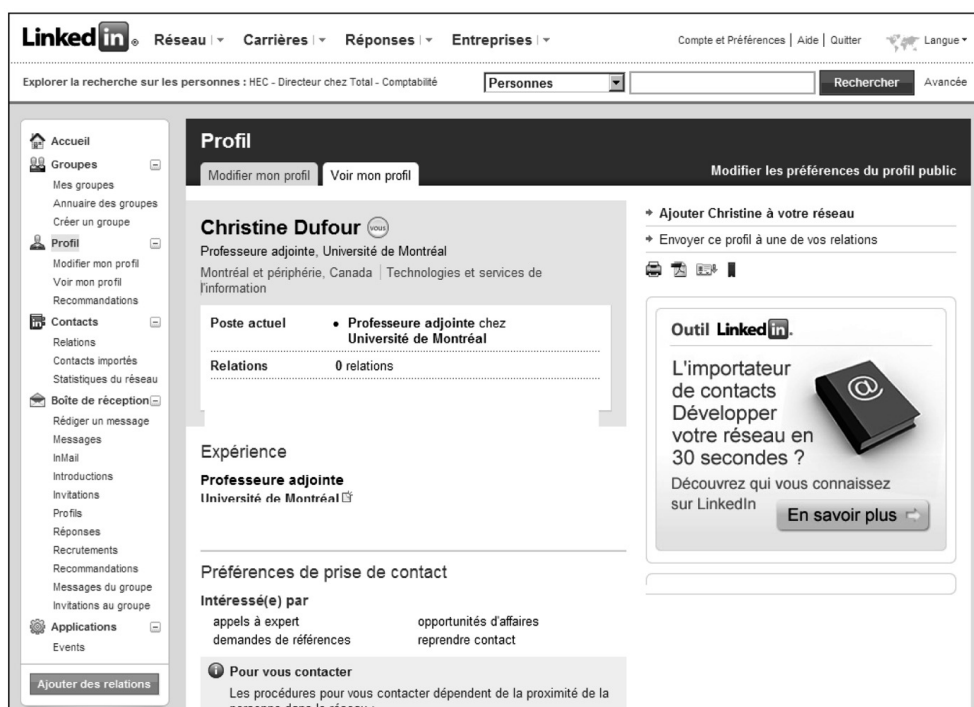


Figure 7. Exemple du site de réseautage professionnel LinkedIn
(<http://www.linkedin.com>)

Bien que n'entrant pas directement dans la catégorie des sites de réseautage social, les univers virtuels tels Second Life²⁴ permettent aussi de développer des réseaux sociaux. La plateforme Second Life donne la possibilité aux internautes de gratuitement se créer un avatar qui les représente pour se déplacer dans cet univers virtuel, l'explorer, entrer en contact avec d'autres habitants, acheter des biens, etc. Depuis sa création en

2003, des millions d'internautes s'y sont joints. Les utilisations de Second Life ne sont pas que ludiques. Certains milieux exploitent cet univers pour des raisons commerciales ou pour des fins éducatives.

Plateformes de partage de ressources : Flickr, YouTube, Del.icio.us

Une autre forme de collaboration via le Web 2.0 est le partage de ressources diverses tels des images²⁵, des vidéos²⁶ ou de signets Web²⁷. Ces plateformes de partage hébergées sur un serveur distant offrent à leurs usagers un espace pour conserver leurs ressources et les rendre disponibles aux autres usagers. Le partage et le repérage des ressources ainsi regroupées sont facilités par différents mécanismes (comme la possibilité de faire des recherches dans les métadonnées associées ou de marquer certaines ressources comme favorites). On peut y faire des découvertes fortuites intéressantes grâce aux liens entre les ressources. Par exemple, en partageant une collection de signets Web sur le site de del.icio.us, il est possible de consulter les collections d'utilisateurs qui ont un ou des signets en commun avec celle-ci et d'ainsi potentiellement identifier de nouveaux sites d'intérêt par le biais de ce « fil d'Ariane » (Figure 8).

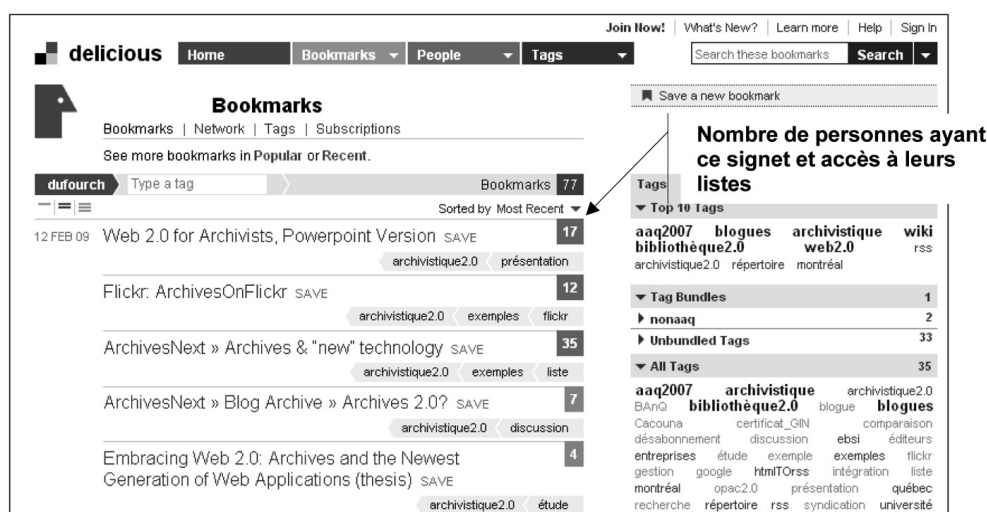


Figure 8. Exemple du site de partage de signets Delicious (<http://delicious.com>)

La réussite de ces plateformes repose ainsi sur la volonté et la générosité des internautes. Dans certains environnements, la question des droits d'auteur est au cœur des préoccupations, et des mécanismes sont implantés pour protéger ces droits. Par exemple, la plateforme de partage de photos Flickr permet aux utilisateurs de préciser sous quelles conditions leurs images peuvent ou non être partagées, entre autres avec des licences *Creative Commons*²⁸. Il faut donc considérer les modalités de distribution des ressources sur ces plateformes tant pour nos propres ressources – Veut-on que les internautes les réutilisent et, si c'est le cas, sous quelles conditions? – que pour celles que nous envisageons utiliser.

Folksonomies

Plusieurs plateformes du Web 2.0 permettent aux internautes d'attribuer des étiquettes textuelles (*tags*) à leurs éléments, étiquettes qui facilitent leur partage et leur repérage. Ces étiquettes composent ce que l'on appelle des folksonomies, c'est-à-dire des systèmes de classification (*taxonomy*) composés de mots-clés libres attribués de manière spontanée et collaborative par les utilisateurs (*folks*) (adaptation de la définition de l'Office québécois de la langue française (2006)). Elles se retrouvent par exemple sur les plateformes de partage de ressources ainsi que sur les blogues. Les folksonomies représentent une forme d'indexation en vocabulaire libre du contenu présent dans différentes plateformes du Web 2.0. Elles en possèdent donc les avantages (adaptation au vocabulaire des internautes, inclusion rapide des néologismes, etc.) mais aussi les désavantages (entre autres la multiplication des synonymes).

La représentation en nuage de mots de ces étiquettes, où la taille des mots est proportionnelle à leur fréquence, est un repère visuel intéressant pour caractériser le contenu d'un site Web ou d'un document et, dans certains cas, d'en faciliter la navigation (voir Figure 9).



Figure 9. Exemple d'un nuage de mots représentant le contenu de cet article (créé à l'aide de l'application Wordle (<http://www.wordle.net/>))

ET APRÈS? VERS UN WEB 3.0...

Déjà en 2001, Tim Berners-Lee, James Hendler et Ora Lassila décrivaient leur vision d'un Web sémantique où les documents se verraient enrichis pour rendre les données qu'ils contiennent compréhensibles non seulement à l'humain mais aussi aux machines. (Berners-Lee et al. 2001) Cette couche «sémantique» ajoutée aux documents faciliterait ainsi la construction de la connaissance, car les données pourraient plus facilement être recoupées et reliées. Bien que souhaitable, cette vision ne s'est pas encore réalisée à ce jour. Un des obstacles rencontrés est de trouver des moyens et des ressources pour ajouter cette couche sémantique aux données du Web. Certains voient dans les folksonomies du Web 2.0 un pas en direction de cette nouvelle génération du Web. Le développement d'applications composites (*mashup*)²⁹ permettant de croiser les

données de différentes applications ouvertes – comme, par exemple, les images de Flickr et les cartes de Google par le biais des étiquettes géographiques associées aux images par les utilisateurs³⁰ – laissent entrevoir les possibilités de cette couche «sémantique» pour générer de nouveaux contenus. La question se pose toutefois quant au potentiel de ces mots-clés libres pour représenter efficacement et utilement les ressources Web. Ces étiquettes sont en effet souvent attribuées par les internautes en fonction de leurs besoins spécifiques et non des besoins plus larges de la communauté, à preuve la popularité du mot-clé «*Me*» pour décrire des photos dans Flickr.

POTENTIEL ORGANISATIONNEL DU WEB 2.0

Comme le Web original, le Web 2.0 représente pour les organisations de nouvelles opportunités mais aussi des défis. Selon Malaisson (2007) :

L'entreprise 2.0 est la mise en œuvre, dans l'intranet, d'un ensemble de moyens technologiques (blogues, wikis, réseaux sociaux, tagging, fils RSS) permettant l'éclosion de dynamiques portées par les individus dans le but d'adapter l'entreprise aux enjeux de l'économie de la connaissance et aux évolutions sociétales, sous contrainte de sa culture et de son contexte.

Ainsi, d'une part, les plateformes 2.0 offrent de nouveaux outils qui peuvent être mis au service des organisations dans le cadre de leurs activités, que l'on pense aux blogues utilisés pour établir un lien avec leurs clients. Toutefois, comme pour toute implantation d'un nouveau système d'information, les organisations doivent résister à l'effet de mode et être conscientes des conditions nécessaires à une adoption réussie de ces outils. Le facteur humain, en particulier, ne doit pas être négligé car il s'agit, pour certaines plateformes 2.0 comme les sites Wikis, de modifications majeures des modes de fonctionnement qui généreront de la résistance au changement. En ce sens, enrôler quelques «champions» qui, dans les premiers temps, s'assureront de «nourrir» les plateformes 2.0, peut se révéler une stratégie efficace pour créer un effet d'entraînement. D'autre part, la nouvelle culture participative induite par le Web 2.0 chez leurs employés, partenaires et clients peut avoir des retombées positives si elle est bien comprise et exploitée. Par contre, ces nouvelles habitudes de communication plus ouvertes, où les internautes prennent plus facilement la parole pour exprimer leurs opinions, peuvent causer dans certains cas des problèmes d'image pour les organisations qui doivent donc être attentives à bien suivre ce qui se dit à leur sujet. (Roy 2008)

L'augmentation de l'utilisation des outils du Web 2.0 observée au sein de la population est aussi présente au niveau des organisations. Le taux d'adoption varie en fonction du type d'organisations et de leur situation géographique. Par exemple, les petites et moyennes entreprises québécoises ont commencé à intégrer le Web 2.0 à leurs pratiques. (Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) 2008) Aux États-Unis, certains milieux tels les universités ont presque doublé leur utilisation de certains outils au cours des deux dernières années. (Barnes et Mattson 2007, 2009) Les organisations y voient des opportunités sur plusieurs plans pour interagir avec leur environnement (Figure 10).

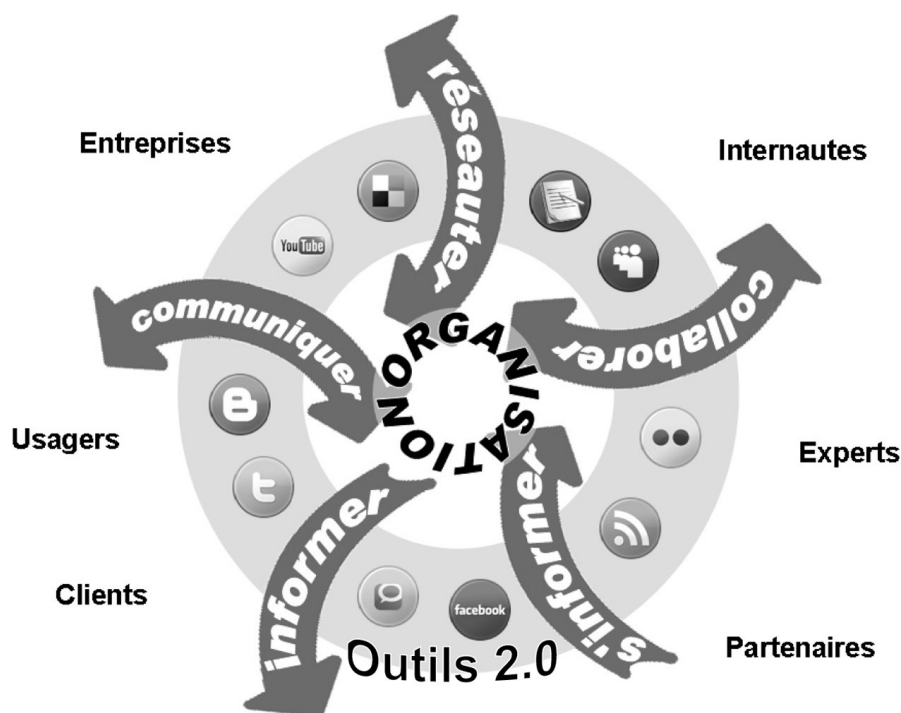


Figure 10. Potentiel organisationnel du Web 2.0

Le Web 2.0 comme canal de diffusion pour informer, s'informer et communiquer

Les organisations peuvent se servir du Web 2.0 pour s'informer sur des sujets d'intérêt pour leurs activités, comme elles le font avec le Web 1.0. Le Web 2.0 ajoute aux sources du Web originel de nouvelles sources d'information multiples et diversifiées. En ce sens, toutes les plateformes décrites précédemment représentent un potentiel informationnel intéressant :

- Le nouveau média que représentent les blogues, en particulier, peut être riche d'informations à jour produites par des communautés engagées et des experts. Une organisation peut aussi consulter les blogues pour prendre le pouls de l'opinion tant du grand public que des intervenants du domaine sur certaines questions.
- Le contenu des sites Wikis peut se révéler utile lorsque généré par des communautés informées.
- En fonction des activités de l'organisation, les sites de partage de ressources offrent des collections complémentaires.
- Les fils RSS, quant à eux, proposent aux organisations une technique efficace pour se tenir informées en temps réel des nouveautés publiées sur le Web. Quoique ce principe d'alertes ciblées ne soit pas nouveau, la syndication de contenu offre un environnement technologique plus simple et moins intrusif

que d'autres, qui peut ainsi s'intégrer assez facilement dans les comportements informationnels déjà en place.

Les outils du Web 2.0 représentent aussi pour les organisations de nouveaux canaux de diffusion d'information qui leur permettent de rejoindre des cercles sociaux diversifiés, de la sphère privée et personnelle, aux sphères professionnelle et organisationnelle. Une organisation peut en particulier exploiter les blogues pour atteindre différents objectifs tels que vendre, influencer, informer et communiquer. (Malaisson 2007) Les fils RSS sont aussi un moyen efficace pour diffuser de l'information auprès d'un lectorat intéressé.

Cette diffusion à «sens unique» pour s'informer ou informer n'est pas nouvelle, le Web originel l'offre depuis longtemps. Ce que le Web 2.0 ajoute est la possibilité pour certaines plateformes d'une diffusion à «double sens» établissant ainsi une conversation entre l'émetteur et le récepteur. Les blogues et les micro-blogues, en particulier, peuvent servir de plateformes de discussions à l'intérieur de certaines communautés de pratique. Les blogues d'entreprise, c'est-à-dire des blogues dont l'accès est limité à une organisation, peuvent faciliter les échanges entre les employés et ainsi renforcer l'esprit d'équipe.

Le Web 2.0 au service du travail collaboratif

Un des aspects dominants du Web 2.0 est son caractère participatif et collaboratif. Dans une entrevue, Mintzberg – professeur et chercheur reconnu internationalement en gestion – a utilisé le terme «communautéship» pour désigner ce nouveau «leadership partagé» par une communauté où chacun collabore en fonction de ses compétences. (Tremblay 2007) Ces outils collaboratifs en milieu organisationnel peuvent permettre d'augmenter l'esprit d'équipe, chacun ayant des responsabilités (Salz 2007), d'exploiter l'«intelligence collective» créée par la synergie de la collaboration et d'ainsi profiter d'un travail distribué (*crowdsourcing*). Le travail collaboratif n'est pas nouveau en entreprise. Le Web 2.0 lui apporte de nouvelles plateformes, une culture plus participative et contribue à faire adopter par un plus grand nombre ces pratiques.

Les sites Wikis, une des technologies phares du Web 2.0, reposent sur le principe même de la collaboration. Leurs fonctionnalités au niveau du suivi des versions et des possibilités de forum de discussion en font un environnement propice à la rédaction collaborative. Certaines entreprises les adoptent comme outils de gestion des connaissances en contexte fermé, c'est-à-dire en ne permettant l'accès qu'aux acteurs organisationnels impliqués. Ils viennent ainsi supporter certains processus comme la rédaction de guides et politiques, et les communications internes. Elles les utilisent aussi en contexte ouvert pour travailler avec leurs partenaires et collaborateurs.

Les blogues offrent aussi un terrain fertile pour la collaboration puisque les lecteurs peuvent y contribuer par leurs commentaires. Des discussions intéressantes peuvent ainsi s'ensuivre qui permettront à la communauté d'un blogue de construire une compréhension et une vision partagées.

Finalement, les sites de partage de ressources, et en particulier les folksonomies qui y sont développées, sont d'autres exemples de collaboration (parfois indirecte et involontaire) d'une communauté. Le travail d'étiquetage réparti parmi la communauté

permet un gain intéressant en termes d'efficacité pour l'identification et le partage des ressources.

Le Web 2.0 en tant qu'espace de socialisation

Blogues, sites Wikis et plateformes de partage de ressources permettent tous de développer des communautés et des réseaux. Une organisation peut, par leur biais, développer un sentiment d'appartenance chez ses employés, ses clients et ses partenaires, et ainsi renforcer les liens qui les unissent. Elle peut aussi mettre à profit les sites de réseautage social, tant ceux pour la communauté élargie du Web que des versions installées à l'interne pour que les employés puissent renforcer leurs liens. Une organisation peut exploiter ces outils de réseautage sur une base individuelle, par le biais de ses employés qui y développent leur réseau, mais aussi comme «personne morale» en y développant une présence organisationnelle. Certaines entreprises peuvent se créer un profil sur Facebook ou se développer un pendant virtuel sur Second Life.

WEB 2.0 + ARCHIVISTIQUE = ARCHIVISTIQUE 2.0?

Le travail des archivistes s'est transformé au cours des dernières décennies entre autres sous l'influence de la «Révolution numérique.» (Grimard 2005-2006) Le Web 2.0 vient ainsi provoquer des changements au sein de la communauté archivistique qui s'intéresse de plus en plus à cette question et occupe une place croissante sur le Web 2.0. Elle marche ainsi dans les pas d'autres communautés du domaine des sciences de l'information plus précoces dans leur adoption du Web 2.0, comme le milieu des bibliothèques. Ces nouvelles technologies génèrent aussi des questionnements. Le nombre de projets d'implantation d'outils du Web 2.0 en contexte archivistique est maintenant assez grand pour se questionner quant à leur impact sur la discipline. En parallèle à l'apparition du concept de «Bibliothèque 2.0», la communauté archivistique commence à s'interroger sur la notion d'«Archivistique 2.0». Le débat, actuellement en cours, se tient entre autres dans la blogosphère archivistique. Bien qu'aucune conclusion ne se dégage encore de ces échanges, des réflexions et questionnements intéressants y sont avancés. Theimer (2008) se demande «Are the changes that our profession is undergoing profound enough to warrant a new version number?» Kemper (2008), quant à lui, fait un parallèle avec le phénomène de la «Bibliothèque 2.0» :

Archives 2.0 will not be Library 2.0. Archives 2.0 will not merely mirror the actions taken by our colleagues in libraries. No, Archives 2.0 must grasp the values and ethics of Web 2.0, understand the Web 2.0 technologies, and then muster up the courage and envision how these elements can solve the problems facing archives and archivists.

Quoi qu'il en soit, plusieurs projets ont vu le jour au cours de la dernière année qui laissent voir que la communauté archivistique embrasse de plus en plus les plateformes 2.0, non seulement comme nouvelles plateformes de diffusion et de communication mais aussi comme outils complémentaires pour le traitement d'archives grâce aux environnements collaboratifs. Samouelia (2008), dans son mémoire de maîtrise, s'est penchée sur cette question au sein de collèges et d'universités américaines. Elle a observé les sites Web de 213 dépôts d'archives et conduit huit entrevues avec les

responsables de l'implantation du Web 2.0. Elle conclut de son étude que «plusieurs archivistes ont adopté ces plateformes pour promouvoir leurs contenus ainsi que pour redéfinir leurs liens avec leurs clients.» (p. 42, notre traduction)

Aubin (1999-2000, 12) écrivait : «Les archivistes doivent prendre des risques et relever le défi de la nouveauté dans une approche d'accès au contenu, de diffusion et de promotion». Les exemples identifiés d'adoption du Web 2.0 en contexte archivistique vont en ce sens :

- fils RSS pour la diffusion (entre autres par des associations professionnelles (par exemple l'AAQ) et les grands organismes du domaine (par exemple la BAnQ))
- blogues pour la discussion et la diffusion
- sites Wikis pour l'élaboration collaborative de ressources
- plateformes de partage de ressources pour la diffusion et la collaboration
- espaces de socialisation pour créer des réseaux

Les sections qui suivent mettront en exergue certaines utilisations du Web 2.0 par la communauté archivistique particulièrement représentatives du potentiel de ces plateformes.

La blogosphère archivistique se peuple

La communauté archivistique occupe une place de plus en plus grande dans la blogosphère³¹ exploitant cette plateforme pour partager réflexions, opinions et expertises mais aussi comme outil de diffusion collaborative. Les thématiques abordées sont multiples, dont l'utilisation et l'impact des nouvelles technologies en contexte archivistique (voir par exemple sur ce sujet, les blogues *Sous la poussière*³², *The DIGITAL Archive*³³ et *ArchivesNext*³⁴). Certains de ces blogues ont comme vocation principale la diffusion, d'autres cherchent en plus à y créer des espaces dynamiques d'échange.

Plusieurs de ces blogues sont maintenus par des individus impliqués dans la communauté archivistique : archivistes, professionnels de l'information, chercheurs, étudiants, etc. D'autres blogues sont issus de collectivités (des associations, des organisations, etc.). À titre d'exemple, mentionnons, le blogue *HangingTogether*³⁵ qui sert de lieu de discussion pour des employés de l'Online Computer Library Center (OCLC) et de leurs différents partenaires des milieux des archives, des bibliothèques et des musées. Plus près de nous, le blogue «Les archives à l'affiche»³⁶, produit par le comité de la Déclaration des archives de l'Association des archivistes du Québec (AAQ), propose une vitrine dynamique pour les projets de diffusion et de mise en valeur des archives. Tous les archivistes ayant des projets de mise en valeur des archives sont invités à y participer pour y annoncer leurs activités.

Les archivistes suivent aussi le mouvement populaire vers la micro-blogosphère par le biais entre autres de Twitter. Certains le font en parallèle de leurs blogues, par exemple. Ils sont maintenant assez nombreux pour que l'on commence à voir apparaître des listes de «micro-blogueurs à suivre» d'intérêt pour la communauté archivistique³⁷. Cette incursion dans la micro-blogosphère se poursuit avec de nouveaux membres de la communauté archivistique qui s'y aventurent sur une base régulière.

La présence des archivistes dans la blogosphère et la micro-blogosphère s'accroît, ce qui rend plus difficile d'en suivre la production. En réaction à ce foisonnement, des blogues «agrégateurs» qui moissonnent ces sphères archivistiques pour en diffuser les écrits en un guichet unique voient le jour. Le blogue Arch.i.vi.us³⁸, par exemple, s'alimente à de multiples univers du Web 2.0 sur des thématiques d'intérêt pour la communauté archivistique : Del.icio.us, blogues spécialisés, micro-blogues sur Twitter, Flickr, YouTube et Google news. De la même manière, le blogue ArchivesBlogs³⁹ se nourrit de blogues sur des problématiques archivistiques.

Des fonds d'archives se rendent plus visibles et s'étoffent grâce aux plateformes de partage de ressources

Les plateformes de partage de ressources sont sans doute les services 2.0 qui ont permis les développements les plus novateurs par la communauté archivistique. Depuis 2007, plusieurs projets de mise en ligne de photographies d'archives ont vu le jour visant un double objectif : une diffusion élargie auprès de nouvelles clientèles ainsi que la possibilité de les bonifier par l'intervention des internautes. (Cohen 2009) Plusieurs milieux ont adopté Flickr pour diffuser leurs collections iconographiques et permettre aux utilisateurs de les commenter et de les étiqueter.

Un des premiers projets de diffusion et d'étiquetage collaboratif sur Flickr est celui de Patrick Peccatte et Michel Le Querrec pour la diffusion mais surtout l'amélioration de l'indexation d'une collection de 2763 photographies historiques sur la Bataille de Normandie. Ce projet a reçu un bon accueil : depuis le démarrage en ligne du projet en janvier 2007, plus de 4300 descriptions de photos ont été révisées⁴⁰. La contribution des internautes a permis d'enrichir les métadonnées de plusieurs manières : identification de localisations, de personnages et d'unités militaires, précisions de date, précisions descriptives sur l'image, ajout de références, identification des photos censurées, photos en couleurs, en doubles et des séries, contextualisation historique ainsi qu'iconographique à l'aide d'autres sources. Ces résultats confirment le potentiel de ce type de plateforme pour la valorisation de fonds patrimoniaux. Il ne faut toutefois pas sous-estimer la charge de travail importante pour ceux qui agissent, dans le cadre d'un tel projet, comme rédacteur en chef ou administrateur technique. (Peccatte 2008)

En janvier 2008, la Library of Congress (LOC) a démarré un projet pilote de mise en ligne de deux collections photographiques sur Flickr : une collection de photographies couleur des années 1930-1940 (quelque 1600) et une collection de photographies en noir et blanc du début des années 1900 (environ 1500). Elle visait, par ce projet, d'une part à faire découvrir ces collections à de nouveaux publics et, d'autre part, à mieux comprendre les bénéfices de l'étiquetage social et ainsi prendre de l'expérience en la matière. Cette initiative a remporté un grand succès avec, seulement neuf mois plus tard, plus de 10 millions d'accès à des photographies, plus de 67 000 étiquettes ajoutées et quelque 7000 commentaires. (Springer et al. 2008)

Le projet pilote de la LOC a été à l'origine d'un espace sur Flickr dédié aux organismes publics : Flickr Commons⁴¹. L'objectif de cet espace est double : donner accès aux collections photographiques d'organismes publics à travers le monde ainsi que permettre au grand public d'enrichir ces collections par leurs commentaires et étiquettes. En sus de la LOC, vingt organismes publics de différentes parties du globe (États-Unis,

Australie, Canada, Europe, etc.) et de divers types de milieux (bibliothèques nationales et publiques, musées par exemple) se sont joints pour l'instant à cette initiative et y partagent des collections de quelques centaines à quelques milliers de photographies. Quoique la contribution des internautes soit variable pour ce qui est de la quantité de commentaires et d'étiquettes ajoutés par le grand public – certains projets étant plus récents, d'autres plus spécialisés (Peccatte 2009) – toutes les collections ont été ainsi enrichies par l'ajout de commentaires et d'étiquettes textuelles.

Au niveau canadien, une organisation a joint à ce jour Flickr Commons, le Musée McCord. Il occupe cet espace depuis octobre 2008 pour diffuser trois albums regroupant 236 éléments⁴². Le Musée McCord est un exemple intéressant de milieu qui a activement adopté le Web 2.0 pour ouvrir ses collections au grand public. En sus de Flickr, il exploite aussi YouTube pour la mise en valeur de collections cinématographiques (154 vidéos)⁴³. De plus, l'esprit collaboratif du Web 2.0 a été intégré au sein même de leur catalogue en ligne où les utilisateurs peuvent ajouter des commentaires et des étiquettes aux éléments repêchés.

Finalement, d'autres organismes et individus profitent de Flickr pour partager leurs collections sans passer par les Commons de Flickr. C'est le cas de Bibliothèque et Archives Canada⁴⁴ qui, pour le Symposium d'études canado-irlandaises 2008, a déposé dans Flickr 84 photographies numériques en lien avec le patrimoine documentaire canado-irlandais. Ils visaient par ce projet à explorer ces nouvelles plateformes pour la diffusion du patrimoine documentaire. Il est aussi prévu pour ce projet de diffuser des extraits vidéos sur YouTube. Des archivistes ont aussi créé des groupes Flickr pour mettre en commun des photographies historiques et/ou diffuser des photographies de leurs événements, par exemple. Signalons à cet effet le groupe archives & archivists on flickr⁴⁵ qui regroupe 85 membres et plus de 2300 photographies d'archives et d'événements ainsi que le groupe ArchivesOnFlickr⁴⁶ qui comprend 94 membres et 2597 photographies d'archives. En sus d'y partager des photographies, ils utilisent cet espace pour discuter entre autres de l'utilisation de Flickr dans le domaine archivistique.

Ces différents exemples d'intégration des plateformes de partage de ressources de la communauté archivistique sont peut-être ce qui peut se rapprocher le plus du concept d'« Archivistique 2.0 » avancé par certains. En effet, l'introduction de cet élément collaboratif et participatif au sein du traitement de certains documents d'archives par l'étiquetage social représente une modification des pratiques archivistiques qui rejoint les valeurs véhiculées par cette nouvelle culture du Web 2.0.

La communauté archivistique adopte les sites Wikis

Une autre plateforme dont tire parti la communauté archivistique est celle des sites Wikis, et ce pour la production collaborative de bases de connaissances sur différents sujets en lien avec leur discipline. Comme pour les blogues, certains de ces sites Wikis proviennent du travail d'individus et d'autres, de collectivités. Les sujets couverts sont très variés : de l'archivistique inscrite dans le domaine plus large des sciences de l'information (Bibliopedia⁴⁷), à des sujets plus spécifiques à l'archivistique (History of Archives, Recordkeeping, and Records⁴⁸, Archivopedia⁴⁹) jusqu'à des sujets plus pointus comme un répertoire international de services d'archives (Archives Wiki⁵⁰) ou une liste des blogues en archivistique (ArchivalBlogs⁵¹). Certains de ces sites Wikis

sont plus développés, résultat d'une existence plus longue ou de communautés plus vastes et plus actives.

La présence archivistique sur les réseaux sociaux

La communauté archivistique exploite aussi les capacités de réseautage du Web 2.0. Que ce soit sur Facebook ou sur LinkedIn par exemple, archivistes et collectivités archivistiques s'y affichent pour établir des réseaux plus informels (e.g. Archivists Without A Cause on Facebook ou le groupe informel des membres de la Society of American Archivists), des réseaux professionnels (e.g. Archives*Open sur LinkedIn) ou même diffuser des événements (e.g. le congrès annuel de la Society of American Archivists en 2009). On retrouve même des traces virtuelles de la communauté archivistique sur Second Life qui exploite entre autres cette plateforme pour faire des expositions virtuelles⁵².

CONCLUSION

Les technologies phares du Web 2.0 renferment un potentiel réel pour les organisations comme source d'information, canal de diffusion et de communication, espace collaboratif ou de socialisation. Toutefois, pour qu'une entreprise en tire profit, elle ne doit pas s'y lancer sans préparation. Comme toute nouvelle technologie dont l'implantation est envisagée, il faut s'assurer qu'elle répond à un besoin bien réel et prendre le temps de mettre en place l'infrastructure pour permettre une implantation et une adoption réussies. Les archivistes, comme les autres acteurs organisationnels, peuvent mettre à profit ces outils pour supporter leurs activités et enrichir leur communauté. Ils ont commencé à le faire et les projets sont en croissance constante. Certains milieux sont très innovateurs dans leur utilisation du Web 2.0. Les plateformes de partage de ressources, en particulier, ont été exploitées pour la mise en valeur des archives ainsi que l'enrichissement des collections grâce à l'étiquetage social, rejoignant l'esprit de ce que certains commencent à appeler l'« Archivistique 2.0 ».

Cette réflexion sur la notion d'« Archivistique 2.0 », débutée récemment, devra se poursuivre pour mieux comprendre comment la communauté archivistique peut tirer profit de ces nouveaux outils et surtout de cette nouvelle culture participative et collaborative. Nous avons abordé tout au long de cet article l'impact direct du Web 2.0 sur la communauté archivistique par l'adoption de ces outils et de sa cyberculture en support à ses activités. Un autre volet devra s'ajouter à cette réflexion, soit le traitement de la « mémoire organisationnelle 2.0 ». En effet, les organisations, en adoptant les plateformes 2.0 viennent ajouter aux documents qu'elles produisent dans le cadre de leurs activités, de nouveaux genres de documents créés dynamiquement par la collaboration d'acteurs organisationnels. De multiples questions se posent, par exemple : Considère-t-on un blogue ou un site Wiki d'entreprise comme un document d'archives ? Comment archiver la mémoire organisationnelle 2.0 ? Chebbi (2007-2008, 38) concluait de son étude de la littérature sur l'archivage du Web que « l'identification, l'évaluation et la conservation des contenus ayant une valeur archivistique, créés ou déposés sur le Web ne sont pas encore des pratiques courantes. » Nous croyons que cette réflexion s'applique aussi aux composantes 2.0 des systèmes Web, avec le même type

de difficultés à la fois techniques – le « comment faire » – mais aussi archivistiques – le « quoi » conserver. Autant de défis à relever pour la communauté archivistique.

Christine Dufour Professeure adjointe, École de bibliothéconomie et des sciences de l'information, Université de Montréal

NOTES

1. Mentionnons, parmi ces outils dédiés à l'édition de fil RSS, le plugiciel RSS Editor (<http://rsseditor.mozdev.org/>) pour le navigateur Firefox 2.0 ainsi que le gratuit RSS Builder (<http://home.hetnet.nl/~bsoft/rssbuilder/index.htm>).
2. Par exemple en consultant un répertoire comme l'Annuaire RSS du site Lamooche.com (http://www.lamooche.com/annuaire_rss.php) ou un moteur de recherche tel Search4rss (<http://www.search4rss.com/>).
3. Il existe un grand nombre d'agrégateurs (voir le répertoire du RSS Compendium à l'URL <http://allrss.com/rssreaders.html>). Par exemple, RSS Reader est un agrégateur à installer en local sur un poste (<http://www.rssreader.com/>), tandis que Netvibes est une solution hébergée sur un serveur distant (<http://www.netvibes.com/>).
4. Plus de 133 millions de blogues ont été indexés depuis 2002 sur le site Technorati (Technorati 2008). BlogPulse, quant à lui, en recensait en février 2009 plus de 102 millions, plus de 41 mille nouveaux blogues ayant été ajoutés dans les dernières 24 heures (<http://www.blogpulse.com/>).
5. Dotclear (<http://www.dotclear.net/>) et Wordpress (<http://wordpress.org/>) sont deux exemples bien connus de plateformes gratuites pour les blogues à installer en local. Une comparaison des différentes plateformes de blogues peut être consultée à l'URL <http://www.clubic.com/article-67515-1-comparatif-plateformes-blogs.html>.
6. Parmi les hébergeurs en ligne de blogues, notons Blogger (de Google) (<https://www.blogger.com/start>) ainsi que Skyrock (<http://www.skyrock.com/blog/>).
7. À ce titre, Technorati (<http://technorati.com/>) permet de chercher des blogues ainsi que de se définir une liste de favoris pour en suivre l'évolution. De son côté, BlogPulse (<http://www.blogpulse.com/>) offre la possibilité d'examiner des tendances dans les sujets abordés dans des blogues, en sus de permettre de chercher dans les billets des blogues. Un dernier exemple, l'outil de Google pour la recherche de blogue (<http://blogsearch.google.fr/>), possède l'avantage supplémentaire de restreindre la recherche aux blogues en français.
8. Bloglines : <http://www.bloglines.com/>.
9. Twitter est accessible à l'URL <http://twitter.com/>. Twitter est un des environnements de micro-blogues les plus connus. Il voit son nombre d'utilisateurs augmenter de manière exponentielle depuis sa création en 2006. En septembre 2008, on y comptait quelque 3 millions d'utilisateurs (Peeters 2008). Différents services se greffent à Twitter pour étendre son utilisation au-delà de la simple communication entre individus : liste de choses à faire, mise à jour du calendrier, etc.
10. Jaiku se retrouve à l'URL <http://www.jaiku.com/>.
11. Yammer réside à l'URL <https://www.yammer.com/>. Cette plateforme de micro-blogues s'adresse aux milieux corporatifs.
12. Par exemple, le moteur de recherche pour micro-blogues Twitter Search (<http://twittersearch.flaptor.com/search/index.do>) cherche uniquement dans Twitter.
13. Le moteur de recherche pour micro-blogues Twingly (<http://www.twingly.com/microblogsearch>) cherche dans Twitter, Jaiku, Identi.ca, Pownce ainsi que des plateformes locales comme Bloggy (Suisse) et Bleeper (Allemagne) (source : <http://blog.twingly.com/2009/01/20/twingly-inaugurating-worlds-first-federated-microblog-search/>).
14. Le site Web de cette initiative de Ward Cunningham est accessible à l'URL <http://c2.com/cgi/wiki>.

15. Wikipédia est accessible à l'URL <http://www.wikipedia.org/>. Il existe des versions de Wikipédia en plus de 250 langues. En janvier 2009, on y dénombrait plus de 12 millions d'articles dont un peu plus de 757 000 en français (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Accueil>).
16. MediaWiki (<http://www.mediawiki.com/>) et MoinMoin (<http://moinmo.in/>) sont deux exemples représentatifs de solutions clés en main pour l'installation de sites Wikis en local. MediaWiki est la plateforme utilisée pour l'encyclopédie en ligne Wikipédia.
17. Voir par exemple Wikispaces (<http://www.wikispaces.com/>) et PBWiki (<http://pbwiki.com/>) pour des exemples de sites hébergeant des sites Wikis.
18. Il existe entre autres un répertoire pour les sites Wikis développés avec MediaWiki (http://www.mediawiki.org/wiki/Sites_using_MediaWiki).
19. Qwika est un des rares moteurs de recherche pour les sites Wikis (<http://www.qwika.com/>). Cet outil est en version bêta. Il incorpore des outils de traduction automatique afin de rendre accessible l'ensemble des contenus, peu importe leur langue.
20. Voir par exemple <http://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:Syntaxe> pour plus d'informations.
21. Une enquête du Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) (2008) indiquait que 17 % des adultes québécois font partie de réseaux sociaux comme Facebook, pour plus du double chez les 18-34 ans (43 %).
22. Facebook qui regroupe plus de 150 millions d'utilisateurs est le plus populaire des réseaux sociaux personnels comme indiqué sur leur blogue en date du 3 février 2009 (<http://blog.facebook.com/blog.php?post=51892367130>).
23. Un exemple de site de réseautage professionnel est celui de LinkedIn <http://www.linkedin.com/>. Il était indiqué sur le site, au début du mois de février 2009, que plus de 35 millions de professionnels y étaient inscrits.
24. Environnement virtuel Second Life : <http://secondlife.com/>.
25. Le site de partage d'images le plus connu est celui de Flickr (<http://www.flickr.com/>) avec plus de 2 milliards de photos selon certaines sources (voir, par exemple, Arrington (2007)).
26. YouTube (<http://www.youtube.com/>) est le site de partage de vidéos le plus connu. Un groupe de travail a estimé le nombre de vidéos sur YouTube à un peu plus de 78 millions en date du 17 mars 2008 avec une croissance de plus de 150 000 vidéos quotidiennement (Wesch 2008).
27. Le site del.icio.us (<http://del.icio.us/>) permet le partage des signets Web.
28. La licence *Creative Commons* est un « dérivé flexible du droit d'auteur adapté à tous les supports, numériques ou non, et qui repose sur un tronc commun : l'autorisation tacite de reproduction non-exclusive de l'œuvre ». (Devaux 2006) Cette licence, créée en 2001 par un professeur de droit américain, Lawrence Lessig, a été adaptée pour le Canada en 2003 (<http://creativecommons.ca>). Elle vise à favoriser la diffusion des œuvres numériques tout en protégeant les droits des créateurs. À la base, cette licence possède une seule condition obligatoire, soit la mention de l'auteur de l'œuvre. Trois autres conditions facultatives s'y ajoutent, que les créateurs peuvent ou non retenir : l'utilisation d'une œuvre à des fins non commerciales seulement, l'utilisation d'une œuvre sans modification de cette dernière, et finalement l'obligation de distribuer tout travail dérivé de l'œuvre sous les mêmes conditions que celles retenues pour l'œuvre originale.
29. On retrouve un répertoire d'applications composites à l'URL <http://www.programmableweb.com/mashups/directory>.
30. Application composite Flickrvision : http://flickrvision.com/maps/show_3d.
31. Les lecteurs intéressés trouveront une liste de blogues en archivistique sur le portail archivistique de l'Unesco (http://www.unesco.org/cgi-bin/webworld/portal_archives/cgi/page.cgi?g=index.shtml;d=1), dans la section *Communities : Others : Mailing Lists and Blogs*. Une autre liste d'une centaine de blogues qui traitent de sujets archivistiques peut être consultée à l'URL <http://archivalblogs.wikispaces.com/archivalbloglist>.

32. Blogue Sous la poussière : <http://www.souslapoussiere.org/>.
33. Blogue The DIGITAL Archive : <http://digitalpermanence.blogspot.com/>.
34. Blogue ArchivesNext : <http://www.archivesnext.com/>.
35. Blogue HangingTogether : <http://hangingtogether.org/>.
36. Blogue Les archives à l'affiche : <http://archivesaffiche.wordpress.com/>.
37. Voir, par exemple, le billet de David Kemper du 15 janvier 2009, sur son blogue The Digital Archive, intitulé « 15 People All Archivists Must Follow On Twitter » (<http://digitalpermanence.blogspot.com/2009/01/15-people-all-archivists-must-follow-on.html>).
38. Blogue Arch.i.vi.us : <http://archivius.blogspot.com/>.
39. Blogue ArchivesBlogs : <http://archivesblogs.com/>.
40. Projet Photos Normandie : <http://www.flickr.com/people/photosnormandie/>.
41. Flickr Commons : <http://www.flickr.com/commons>.
42. Musée McCord sur Flickr : <http://www.flickr.com/photos/museemccordmuseum/>.
43. Musée McCord sur YouTube : <http://ca.youtube.com/user/MuseeMcCordMuseum>.
44. Bibliothèque et Archives Canada sur Flickr (Symposium d'études canado-irlandaises 2008) : <http://www.flickr.com/people/28853433@N02/>.
45. Groupe archives & archivists on flickr : <http://www.flickr.com/groups/archivists/>.
46. Groupe ArchivesOnFlickr : <http://www.flickr.com/groups/archivesonflickr/>.
47. Site Wiki Bibliopédia : <http://www.bibliopedia.fr/>.
48. Site Wiki History of Archives, Recordkeeping, and Records : http://scratchpad.wikia.com/wiki/History_of_Archives,_Recordkeeping,_and_Records.
49. Site Wiki Archivopedia : <http://archivopedia.com/>.
50. Site Wiki Archives Wiki : http://archiveswiki.historians.org/index.php/Main_Page.
51. Site Wiki Archival Blogs : <http://archivalblogs.wikispaces.com/archivalbloglist>.
52. Une description de présences archivistiques sur Second Life peut être consultée sur le site Wiki Archivopedia à l'URL http://archivopedia.com/wiki/index.php?title=Archivists_of_Second_Life.

BIBLIOGRAPHIE

- AGENCE FRANCE-PRESSE (PARIS). 2009. *Google et Facebook vous dévoilent aux recruteurs*. [En ligne]. <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/200901/23/01-820347-google-et-facebook-vous-devoilent-aux-recruteurs.php> (Page consultée le 23 février 2009).
- AGENCE FRANCE-PRESSE (WASHINGTON). 2009. *Wikipédia envisage de durcir ses règles de publication*. [En ligne]. <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/200901/26/01-821115-wikipedia-envisage-de-durcir-ses-regles-de-publication.php> (Page consultée le 23 février 2009).
- ARRINGTON, Michael (adaptation de Ouriel OHAYON). 2007. *2 milliards de Photos sur Flickr*. [En ligne]. <http://fr.techcrunch.com/2007/11/14/2-milliards-de-photos-sur-flickr/> (Page consultée le 24 février 2009).
- AUBIN, Danielle. 1999-2000. La mondialisation et la diffusion des archives : entre continuité et rupture. *Archives* 31, 3 7-19.

- BARNES, Nora Ganim et Eric MATTSON. 2007. *The Game Has Changed: College Admissions Outpace Corporations in Embracing Social Media*. [En ligne]. <http://www.umassd.edu/cmr/studiesresearch/cmrblogstudy3.pdf> (Page consultée le 23 février 2009).
- BARNES, Nora Ganim et Eric MATTSON. 2009. Social Media and College Admissions : The First Longitudinal Study. [En ligne]. <http://www.umassd.edu/cmr/studiesresearch/mediaandadmissions.pdf> (Page consultée le 23 février 2009).
- BARNES, Nora Ganim. 2006. *Behind the Scenes in the Blogosphere: Advice From Established Bloggers*. [En ligne]. <http://www.umassd.edu/cmr/studiesresearch/cmrblogstudy.pdf> (Page consultée le 23 février 2009).
- BERNERS-LEE, Tim, James HENDLER et Ora LASSILA. 2001. The Semantic Web. *Scientific American Magazine* mai : 29-37.
- CENTRE FRANCOPHONE D'INFORMATISATION DES ORGANISATIONS (CEFRIO). 2008. NetQuébec 2008 : Portrait de l'utilisation des TI et d'Internet au Québec. [En ligne]. https://www.cefrio.qc.ca/upload/1347_DEPnetquebecwebSECUR.pdf (Page consultée le 23 février 2009).
- CHEBBI, Aïda. 2007-2008. Archivage du web : quelques leçons à retenir. *Archives* 39, 2 : 19-46.
- COHEN, Noam. 2009. Historical Photos in Web Archives Gain Vivid New Lives. *The New York Times* 19 janvier. [En ligne]. <http://www.nytimes.com/2009/01/19/technology/internet/19link.html> (Page consultée le 23 février 2009).
- DEVAUX, Guillaume. 2006. *Creative Commons : une réécriture du droit d'auteur à l'ère du Web*. [En ligne]. <http://www.journaldunet.com/0611/061109-creativecommons.shtml> (Page consultée le 25 février 2009).
- FERLAND, Jean-François. 2008. Utilisation d'Internet : le Québec dépasse la moyenne canadienne. *Direction Informatique Express* 20 mars : Adresse URL <http://www.directioninformatique.com/DI/client/fr/DirectionInformatique/Nouvelles.asp?id=47642>
- GRIMARD, Jacques. 2005-2006. L'archivistique à l'heure du paradigme de l'information... ou la « Révolution » numérique à l'« âge » archivistique. *Archives* 37, 1 : 59-87.
- KEMPER, David. 2008. *What Library 2.0 Can Teach Archives 2.0*. [En ligne]. <http://digitalpermanence.blogspot.com/2008/10/what-library-20-can-teach-archives-20.html> (Page consultée le 23 février 2009).
- LEDUC, Christian. 2009. *L'Encyclopædia Britannica s'ouvre aux internautes*. [En ligne]. http://techno.branchez-vous.com/actualite/2009/01/lencyclopaedia_britannica_souv.html (Page consultée le 23 février 2009).
- MALAISSON, Claude (éditeur). 2007. *Pourquoi bloguer dans un contexte d'affaires*. Montréal, Isabelle Quentin.
- OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE. 2006. Grand dictionnaire terminologique : folksonomie. [En ligne]. http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index1024_1.asp (Page consultée le 23 février 2009).
- O'REILLY, Tim. 2005. Web 2.0 : Compact definition? In *O'Reilly Radar*. [En ligne]. <http://radar.oreilly.com/archives/2005/10/web-20-compact-definition.html> (Page consultée le 23 février 2009).

- PECCATTE, Patrick. 2008. Une plate-forme sociale pour la redocumentarisation d'un fonds iconographique [*Preprint*]. In *Document numérique et Société*, 17 et 18 novembre 2008. [En ligne]. http://peccatte.karefil.com/DocSoc08/DocSoc08_Peccatte.pdf (Page consultée le 23 février 2009).
- PECCATTE, Patrick. 2009. The Commons sur Flickr, quelques chiffres. [En ligne]. <http://blog.tuquoque.com/post/2009/02/08/The-Commons-sur-Flickr-quelques-chiffres> (Page consultée le 23 février 2009).
- PEETERS, Bruno. 2008. *3 million Twitter users*. [En ligne]. <http://twitterfacts.blogspot.com/2008/09/3-million-twitter-users.html> (Page consultée le 23 février 2009).
- ROY, Réjean. 2008. Gérer l'image de son entreprise à l'ère du Web 2.0. *Perspectives* décembre. [En ligne]. http://www.cefrio.qc.ca/fichiers/documents/publications/perspectives/2009/gestion2_0_article1_dec08_secur.pdf (Page consultée le 23 février 2009).
- SALZ, Peggy Anne. 2007. Team Spirit: Inspiring Users to Generate Content. *Econtent* avril: 28-33.
- SAMOUELI, Mary E. 2008. *Embracing Web 2.0: Archives and the Newest Generation of Web Applications*. Mémoire de maîtrise sous la direction de Christopher Lee, School of Information and Library Science, University of North Carolina at Chapel Hill.
- SPRINGER, Michelle, Beth DULABAHN, Phil MICHEL, Barbara NATANSON, David RESER, David WOODWARD et Helena ZINKHAM. 2008. For the Common Good: The Library of Congress Flickr Pilot Project. [En ligne]. http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf (Page consultée le 23 février 2009).
- TECHNORATI. 2008. *State of the blogosphere / 2008*. [En ligne]. <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/> (Page consultée le 23 février 2009).
- THEIMER, Kate. 2008. *Archives 2.0?* [En ligne]. <http://www.archivesnext.com/?p=203> (Page consultée le 23 février 2009).
- TREMBLAY, Jacinthe. 2007. Du leadership au communautéship. *La Presse* 13 avril. [En ligne]. <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/200901/06/01-675032-du-leadership-au-communauteship.php> (Page consultée le 23 février 2009).
- WESCH, Michael. 2008. YouTube Statistics. [En ligne]. <http://mediatedcultures.net/ksudigg/?p=163> (Page consultée le 23 février 2009).